

**Pemanfaatan *Information and Communication Technology* (ICT) dalam Menekan Efek *Perishability* pada Komoditas Salak Pondoh di Kabupaten Sleman
Studi Kasus: Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman**

Desy Apriliana Sari
desyaprilianasari@gmail.com

R. Rijanta
rijanta@ugm.ac.id

Abstract

Salak Fruit is one of a fruit that have perishability effect so it was last longer from rotting. It is giving a chance to salak pondoh's farmer for losses. On the other hand, Information and Communication Technology (ICT) has been present in agriculture. Based on these condition, there are two purposes in this research: 1) to analyze ICT contribution in Salak Pondoh's farming and 2) to analyze ability to handle ICT in preventing expiration of the fruit because of perishability, in the community by the actors in Wonokerto Village. Case Study is a method that used to answer this research questions. Result shows that ICT application tend to used by collectors more than farmers. Marketing activities need more application of ICT than cultivation process. Therefore, collectors have a higher rate of ICT usage than Salak's farmers, but, ICT application to suppress perishability effects that belong to Salak pondoh does not really show.

Key words: Perishability effects in Salak Pondoh, ICT application, Salak Pondoh Farming, Case Study.

Abstrak

Buah salak merupakan salah satu jenis buah yang memiliki *perishability effect*, oleh karena itu buah salak memiliki sifat yang mudah busuk. Sifat ini memberikan peluang kerugian bagi pelaku usahatani salak pondoh. Di sisi lain, telah hadir pemanfaatan *Information and Communication Technology* (ICT) di bidang pertanian. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka di dalam penelitian ini terdapat dua tujuan yaitu menganalisis kontribusi ICT di dalam usahatani salak pondoh dan menganalisis kemampuan pemanfaatan ICT dalam mencegah salak busuk akibat efek *perishability* pada komoditas salak pondoh bagi pelaku salak pondoh di Desa Wonokerto. Studi kasus merupakan metode yang digunakan dalam penelitian. Hasil yang diperoleh di dalam penelitian ini adalah adanya pemanfaatan ICT yang cenderung dimanfaatkan oleh para pengepul dibandingkan para petani salak pondoh. Kegiatan pemasaran salak pondoh cenderung lebih membutuhkan ICT dibandingkan kegiatan budidaya salak pondoh oleh karena itu, pengepul memiliki tingkat pemakaian ICT lebih tinggi dibandingkan para petani salak. Akan tetapi, pemanfaatan ICT di dalam menekan efek *perishability* yang dimiliki salak pondoh belum terlalu terlihat.

Kata kunci: Efek *Perishability*, *Information and Communication Technology* (ICT), Usahatani Salak Pondoh, Studi Kasus.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, teknologi berkembang dengan sangat pesa. Hampir seluruh negara gencar dalam melakukan pengembangan teknologi. Teknologi pada era ini telah menjadi faktor pendorong dalam mendukung perkembangan zaman, salah satunya dalam hal pembangunan. Pembangunan yang dilakukan di setiap negara hampir tidak luput dari jamahan teknologi. Teknologi telah menjadi kebutuhan penting untuk mendorong berbagai kegiatan.

Information and Communication Technology (ICT) atau Teknologi Informasi dan Komunikasi dinilai mampu memberikan kemudahan bagi manusia dalam berkomunikasi. ICT mampu meminimalisir waktu dan jarak sebagai faktor penghambat dalam berkomunikasi maupun perolehan informasi (Saragih, 2015). ICT menurut *The World Bank's Comprehensive Development Framework* dalam Kauffman dan Kumar (2008) adalah segala sesuatu, baik perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), *networks*, dan media yang bertujuan untuk mengoleksi, menyimpan, mengolah, mentransmisikan, dan mempresentasikan informasi (termasuk suara, data, teks, dan gambar).

Pemanfaatan ICT telah melingkupi seluruh kegiatan yang ada dalam pembangunan, baik dalam bidang ekonomi, kesehatan, pendidikan, politik, bahkan hingga kegiatan pertanian sekalipun. ICT dinilai mampu memberikan dorongan yang kuat terhadap pembangunan. Hal ini dijelaskan oleh Kauffman dan Kumar (2008) dalam *Impact of Information and Communication Technologies on Country Development: Accounting for Area Interrelationships* bahwa ICT memberikan dampak yang positif bagi perekonomian, terutama dalam mendukung penjualan produk.

Indonesia sebagai negara sedang berkembang juga mulai melakukan pembangunan berbasis teknologi. Pengembangan teknologi, khususnya ICT di Indonesia salah satunya telah memasuki di bidang pertanian. Dijelaskan pula oleh Rangkuti (2009) bahwa teknologi komunikasi tidak hanya membuat sesuatu menjadi lebih efisien, akan tetapi juga mampu membangun wawasan dan pengetahuan global petani tentang perkembangan pertanian, baik dalam ranah lokal, nasional, maupun hingga ranah internasional.

Sejak tahun 2004, Indonesia telah mengembangkan Program Rintisan dan Akselerasi Pemasyarakatan Inovasi Teknologi Pertanian (Prima Tani). Program ini dilaksanakan secara partisipatif oleh semua *stakeholder* pembangunan pertanian dalam bentuk agribisnis. Program yang bersifat integrasi ini diharapkan mampu menghasilkan keluaran yang bermuara pada ketahanan pangan, daya saing melalui nilai tambah, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Terlihat dalam hal ini bahwa komunikasi merupakan faktor yang penting, terlebih apabila dibungkus dalam basis teknologi (Suryana dalam Rangkuti, 2009).

AMARTA (*Agribusiness Market and Support Activity*) merupakan proyek yang bergerak di bidang pertanian Indonesia. Proyek ini spesifik dalam aktivitas bisnis pertanian yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani. Proyek ini juga telah berbasiskan pada penggunaan ICT, seperti yang dilansir oleh USAID (2010).

Sektor pertanian di Indonesia memiliki kontribusi penting dalam pembangunan ekonomi di antaranya adalah kontribusi produksi, kontribusi pasar, kontribusi faktor produksi dan kontribusi perdagangan internasional (Widodo dalam Anjani, 2014). Pernyataan ini juga didukung oleh pernyataan dari Mukhyi (2007), bahwa sektor pertanian di samping berperan sebagai sumber penghasil devisa yang besar, juga menjadi sumber kehidupan bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Pertanian memiliki kontribusi yang cukup besar dalam proses pembangunan ekonomi, yaitu (1) kontribusi produksi, (2) kontribusi pasar, (3) kontribusi faktor produksi, (4) kontribusi devisa (Ghatak & Ingersent dalam Yuwono, dkk, 2011)

Pengembangan pertanian dengan mendasarkan teknologi di dalamnya dapat memberikan dampak yang positif. Kunci dari pemanfaatan ICT dalam konteks pertanian adalah sebagai media yang menjembatani adanya kesenjangan informasi. Informasi merupakan suatu hal yang vital bagi masyarakat perdesaan dalam mengambil keputusan terhadap berbagai isu, seperti isu pertanian. Isu pertanian yang mampu diselesaikan dengan ICT di antaranya adalah hal-hal yang berkaitan dengan rantai nilai pertanian, peningkatan ketahanan dengan mengelola risiko penyakit tanaman

(hama) dan hewan, jembatan bagi orang-orang yang membantu petani untuk memaksimalkan pendapatan mereka, baik dengan meningkatkan produksi melalui jasa konsultasi teknis atau melalui informasi harga pasar, serta akses jasa keuangan dan peningkatan jaringan pasar (FAO, 2008). Hal ini juga didukung oleh pernyataan dari World Bank, e-Agriculture Community dan FAO (2012) yakni peningkatan pengetahuan dalam penggunaan atau pemanfaatan ICT dapat meningkatkan produktivitas pertanian dan meningkatkan pendapatan petani buruh.

Indonesia sebagai negara agraris memiliki kegiatan pertanian yang cukup tinggi. Pertanian di Indonesia dapat meliputi pertanian bahan pangan, perkebunan, peternakan dan perikanan. Selain pertanian padi, Indonesia juga terkenal akan perkebunannya, salah satunya adalah salak pondoh. Salak pondoh merupakan salah satu jenis buah salak yang terkenal akan rasa manisnya. Salak pondoh merupakan ikon dari Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pertanian merupakan salah satu sektor penting bagi perekonomian Kecamatan Turi. Kondisi alam yang dimiliki Kecamatan Turi mendukung perkembangan pertanian. Dengan adanya potensi alam ini, salak pondoh disebut sebagai ikon dari Kecamatan Turi dapat tumbuh subur. Oleh karena hal tersebut, Kecamatan Turi menjadi produsen terbesar salak pondoh di Kabupaten Sleman (BPS Sleman, 2015).

Produksi salak di Kecamatan Turi terhitung sangat besar. Potensi salak pondoh yang besar menjadi alasan mata pencaharian masyarakat di sana sebagai petani salak. Sebagian besar, hampir seluruhnya masyarakat di Kecamatan Turi, khususnya Desa Wonokerto bermatapencaharian sebagai petani salak. Desa Wonokerto merupakan satu dari empat desa yang ada di Kecamatan Turi dengan potensi salak pondoh terbesar (BPS Sleman, 2015).

Nilai produksi salak pondoh di Desa Wonokerto dapat dikatakan sangat tinggi. Hal ini membuka peluang ekonomi bagi masyarakatnya untuk memperjual-belikan salak pondoh dan menjadikannya peluang lapangan pekerjaan. Akan tetapi, terdapat karakteristik salak pondoh yang memberikan hambatan tersendiri bagi petani, begitu pula bagi para pengepulnya. Karakteristik salak pondoh yang mudah membusuk (*perishable*) atau tidak tahan lama membuka peluang kerugian yang besar bagi petani maupun pengepul salak pondoh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. Desa ini terdiri atas tiga belas padukuhan, yaitu Padukuhan Tunggularum, Padukuhan Gondoarum, Padukuhan Sempu, Padukuhan Banjarsari, Padukuhan Imorejo, Padukuhan Manggungsari, Padukuhan Jambusari, Padukuhan Dukuhsari, Padukuhan Kembang, Padukuhan Pojok, Padukuhan Becici, Padukuhan Dadapan, dan Padukuhan Sangurejo. Dari ketigabelas padukuhan tersebut, Desa Wonokerto memiliki 29 RW dan 63 RT.

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, dengan menempatkan wilayah Desa Wonokerto sebagai kasus di dalam penelitian ini. Pemilihan metode studi kasus didasari oleh sifat penelitian yang mengkaji suatu fenomena kontemporer dan pertanyaan penelitian yang hanya mampu dijawab dengan mengoptimalkan *why* dan *how*. Hal ini juga telah di jelaskan oleh Yin dalam Rachmawati (2011) bahwa penelitian dengan menerapkan metode studi kasus memiliki ciri khas yang di antaranya adalah bersifat kontemporer dan menekankan pada menjawab pertanyaan penelitian *how* dan *why*. Oleh karenanya, dalam penelitian ini terwujud beberapa pertanyaan penelitian: 1) Bagaimana kegiatan usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto?; 2) Bagaimana pemanfaatan ICT di dalam kegiatan usahatani salak pondoh Desa Wonokerto?; 3) Bagaimana pemanfaatan ICT di tangan petani dalam kegiatan usahatani salak pondoh?; 4) Bagaimana pemanfaatan ICT di tangan pengepul dalam kegiatan pemasaran salak pondoh?; 5) Mengapa ICT bermanfaat di dalam kegiatan usahatani salak Desa Wonokerto?; 6) Bagaimana dampak dari efek *perishability* salak pondoh bagi petani maupun pengepul?; 7) Bagaimana bentuk manfaat ICT dalam mengantisipasi salak busuk akibat efek *perishability* yang dimiliki salak pondoh?

Kasus tunggal yang dipilih di dalam metode studi kasus dalam penelitian ini melibatkan Wilayah Desa Wonokerto menjadi kasus tersebut. Keunikan penelitian yang menjadikan studi kasus merupakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah keanekaragaman karakteristik setiap informan di dalam memanfaatkan ICT pada kegiatan usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto. Keanekaragaman karakteristik informan tidak mampu membatasi peneliti untuk mengungkap

fenomena pemanfaatan ICT dalam usahatani yang terjadi di setiap informan.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data primer, yang diperoleh melalui *indepth interview*. Informan yang dipilih merupakan informan yang menggunakan ICT secara aktif, yakni petani yang aktif melakukan usahatani salak pondoh dan memiliki lahan pertanian salak pribadi, serta pengepul salak pondoh Desa Wonokerto yang aktif dalam melakukan pemasaran salak.

Kajian penelitian ini meliputi pemanfaatan ICT terhadap kegiatan usahatani salak pondoh yang terdiri atas kegiatan budidaya, panen, dan pemasaran salak pondoh, kegiatan budidaya dan panen salak pondoh dikuasai oleh petani salak pondoh, sedangkan kegiatan pemasaran salak pondoh dikuasai oleh pengepul salak pondoh. Guna menelaah mengenai pemanfaatan ICT di dalam kedua kegiatan tersebut, maka dilakukan pembatasan terhadap pemilihan informan dengan menerapkan pemanfaatan ICT secara aktif oleh informan sebagai syarat utama.

Teknik penentuan informan dilakukan dengan dua teknik berbeda. Untuk informan petani salak pondoh diambil dengan teknik *purposive sampling*. Sedangkan, informan pengepul salak pondoh dilakukan dengan cara *snowball*. Penggunaan teknik *purposive sampling*, dilakukan karena adanya batasan petani yang dimaksud, yaitu petani dengan ciri memiliki lahan perkebunan salak pondoh sendiri dan memanfaatkan ICT secara aktif. Penentuan petani salak pondoh dalam penelitian ini diambil setiap kelompok tani yang ada di setiap padukuhan di Desa Wonokerto. Teknik *snowball* diterapkan dalam menentukan informan pengepul. Pengepul dipilih menjadi informan dalam penelitian ini dikarenakan mereka lebih menguasai kegiatan pemasaran salak pondoh sehingga diharapkan mampu menjawab tujuan penelitian mengenai pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto. Syarat yang diterapkan untuk memilih pengepul adalah mereka yang memanfaatkan ICT di dalam kegiatan pemasarannya. Teknik *snowball* dilakukan, karena minimnya informasi mengenai keberadaan pengepul di Desa Wonokerto.

Hasil yang diperoleh berupa rekaman suara wawancara, foto dokumentasi, dan catatan poin-poin penting selama wawancara. Data yang diperoleh tersebut kemudian diperlukan proses pengolahan sehingga mampu menyajikan informasi yang mudah dipahami. Hasil rekaman suara wawancara terhadap informan kemudian

diolah menjadi transkrip yang dituliskan dengan mendetail, sesuai dengan kalimat-kalimat yang diutarakan baik pewawancara maupun informan. Bahasa yang dituliskan di dalam transkrip tersebut juga menyesuaikan bahasa yang digunakan dari setiap informan. Hal ini dilakukan guna mendapatkan informasi secara menyeluruh. Karena, bahasa yang digunakan (bahasa Jawa) terkadang memiliki arti tersendiri yang tidak dapat dibahasakan ke dalam bahasa Indonesia.

Hasil dari pemahaman transkrip kemudian diolah kembali dengan mengambil poin-poin penting dari setiap informan, termasuk informasi-informasi unik yang ada. Untuk beberapa informasi dipaparkan ke dalam tabulasi diagram maupun skema. Poin-poin penting dan unik dari hasil penyortiran transkrip setiap informan dikelompokkan untuk dijadikan sebagai unit-unit informasi tersendiri. Unit-unit informasi tersebut kemudian dituangkan ke dalam unit kasus. Unit kasus tersebut merupakan daftar informasi-informasi penting dan unik yang berkaitan dengan penelitian yang diperoleh dari semua informan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salak pondoh (*Salacca zalacca* Gaerther Voss.) merupakan produk lokal dari Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kecamatan Turi. Buah dengan ciri khas rasa yang manis sedikit masir ini menjadi ikon dari Kabupaten Sleman. Buah salak pondoh tersebar hampir di seluruh daerah di Kabupaten Sleman. Akan tetapi, Kecamatan Turi memiliki angka produktivitas salak pondoh tertinggi dibandingkan dengan enam belas kecamatan lain di Kabupaten Sleman.

Desa Wonokerto merupakan salah satu desa di Kecamatan Turi dengan nilai produktivitas salak pondoh tertinggi. Karakteristik lingkungan dan kesesuaian lokasi, membuat tanaman salak ini tumbuh berkembang di daerah tersebut. Tidak hanya salak dengan jenis salak pondoh yang budidayakan di desa ini, akan tetapi masih banyak varietas salak lainnya yang mampu berkembang. Hanya saja, varietas-varietas lainnya tidak mampu berkembang sebanyak salak pondoh dikarenakan beberapa faktor.

Keunggulan salak pondoh di Desa Wonokerto menarik perhatian masyarakat untuk berkecimpung di dunia pertanian salak pondoh yang dimulai pada tahun 1990-an. Pada masa itu, salak pondoh memiliki harga yang sangat

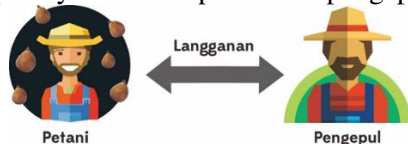
fantatis dan mampu mendorong perekonomian para petaninya. Peluang ini dimanfaatkan masyarakat yang akhirnya beralih untuk menekuni pertanian salak pondoh hingga saat ini.

a. Deskripsi Unit Kasus

Kasus utama yang di ambil dalam penelitian ini adalah Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman dengan konsep utama adalah pemanfaatan ICT dalam menekan efek *perishability* pada buah salak pondoh. Berdasarkan hasil wawancara mendalam terhadap dua jenis informan, yaitu sembilan petani dan empat pengepul maka ditemukannya beberapa unit informasi di dalamnya. Unit kasus mengandung informasi unik yang diperoleh ketika peneliti melakukan *indepth interview* terhadap informan-informannya.

1) Unit Kasus 1

Unit kasus 1 dalam penelitian ini adalah petani yang memanfaatkan sistem langganan di dalam pemasaran salaknya ke pengepul. Pemasaran salak pondoh yang dilakukan petani Desa Wonokerto memiliki tujuan utama ke para pengepul. Sistem pemasaran yang muncul di dalam kegiatan ini adalah adanya sistem langganan. Sistem ini terbentuk atas dasar kepercayaan antara petani dan pengepul.



Gambar 1 Ilustrasi Sistem Langganan antara Petani dengan Pengepul

Sumber: Data Pribadi, 2018

Bagi para petani yang memanfaatkan sistem langganan terhadap pengepul, mereka akan menyetorkan atau memasarkan salaknya hanya kepada pengepul tersebut. Petani-petani ini biasanya akan memperoleh keuntungan tersendiri, dibandingkan para petani yang tidak memanfaatkan sistem langganan. Petani dengan sistem langganan akan memiliki kepercayaan dari para pengepul, oleh karena itu petani-petani ini akan memiliki prioritas yang tinggi dari pengepul

Masa panen raya merupakan waktu para pengepul membatasi pasokan salak dari para petani. Di masa tersebut, petani-petani langganan memiliki prioritas

pemasaran ke pengepul langganannya sehingga petani-petani tersebut dipastikan dapat menyetor keseluruhan salaknya ke pengepul. Hal inilah yang menjadi keuntungan bagi para petani yang memanfaatkan sistem langganan. Beberapa informan petani yang memanfaatkan sistem langganan ini adalah PT04, PT08, dan PT09. hama masih menggunakan pupuk organik.

2) Unit Kasus 2

Unit kasus 2 pada penelitian ini adalah para petani salak pondoh Desa Wonokerto yang tidak memanfaatkan sistem langganan. Pilihan para petani yang tidak memanfaatkan tipe langganan ini biasanya dipengaruhi oleh faktor ketersediaan salak yang dimiliki. Selain itu, para petani ini memiliki sifat berpindah pindah dari pengepul satu ke pengepul lainnya untuk mencari harga beli salak yang tinggi sehingga petani-petani ini memiliki lebih dari satu pengepul. Atas dasar inilah, petani kurang mendapatkan kepercayaan dari pengepul-pengepul sehingga tidak dapat dikatakan sebagai petani langganan.

Sistem langganan dalam kegiatan pemasaran salak pondoh antara petani dengan pengepul tidak hanya memberikan keuntungan bagi petani saja, akan tetapi juga memberikan keuntungan bagi para pengepul. Ketika masa panen salak sedikit atau sedang menurun, pengepul akan kesulitan mendapatkan salak pondoh dari petani. Namun, jika petani telah langganan, maka pengepulpun akan memiliki ketersediaan salak. Sebab inilah yang menjadikan pengepul memberikan prioritas bagi para petani yang telah langganan.

Kerugian para petani salak yang tidak menggunakan sistem langganan akan dirasakan ketika panen raya. Di saat itu, para pengepul akan membatasi suplai salak dari petani. Pengepul akan memprioritaskan para petani yang langganan suplai salak di tempatnya. Saat itulah, petani-petani tidak langganan ini akan merasakan kesulitan untuk memasarkan salak pondoh. Di Desa Wonokerto sendiri masih ada petani-petani yang tidak menggunakan sistem langganan atau tidak memiliki pengepul tetap. Informan petani yang tidak

menggunakan sistem langganan atau memiliki pengepul lebih dari satu adalah PT01, PT02, PT03, PT05, PT06 dan PT07

3) Unit Kasus 3

Unit kasus 3 pada penelitian ini adalah para petani yang memanfaatkan ICT di dalam kegiatan usahatani, baik budidaya maupun pemasaran. Para petani salak pondoh Desa Wonokerto pada dasarnya masih jarang memanfaatkan ICT di dalam kegiatan usahatani. Akan tetapi terdapat beberapa petani yang telah memanfaatkannya. Biasanya pemanfaatan ICT di dalam kegiatan usahatani salak pondoh terjadi pada kegiatan pemesanan pupuk, memanggil buruh, komunikasi kelompok tani, dan komunikasi dengan pengepul maupun pengecer.

Petani-petani yang menggunakan ICT ini biasanya ditandai oleh usia dan kondisi perekonomian. Kedua faktor tersebut merupakan faktor yang paling berpengaruh di dalam pemanfaatan ICT oleh petani. Pemanfaatan ICT di dalam kegiatan usahatani bagi para petani, dinilai memberikan pengaruh yang positif. ICT dinilai mampu memberikan kenyamanan, keefisienan, dan percepatan di dalam komunikasi maupun penyampaian informasi pertanian. Hal ini sangat dirasakan para petani di dalam menghubungi para pengepul, baik untuk menanyakan ketersediaan pengepul untuk menerima pasokan salak maupun persetujuan di dalam pemanenan salak. Para petani mengaku tidak perlu mengeluarkan tenaga, waktu, dan biaya lebih untuk mengunjungi pengepul hanya guna menanyakan informasi-informasi tersebut.

4) Unit Kasus 4

Unit kasus 4 ini memaparkan bahwa terdapat beberapa petani yang tidak menggunakan ICT di dalam usahatani salaknya. Pilihan petani-petani tersebut untuk tidak menggunakan ICT ditengarai oleh ketidakmampuan di dalam mengoperasikan hardware maupun software ICT, dan perekonomian yang tidak mampu mencukupi untuk memiliki hardware ICT.

Pilihan para petani ini untuk tidak menggunakan ICT di dalam kegiatan bertani, menyebabkan para petani harus melakukan kegiatan usahatani, baik

budidaya maupun pemasaran secara konvensional. Artinya, petani harus merelakan tenaga, waktu, dan biaya lebih untuk mendapatkan informasi mengenai kegiatan usahatani, seperti memesan pupuk, memanggil buruh, dan berkomunikasi dengan para pengepul maupun pengecer.

5) Unit Kasus 5

Pemasaran Unit kasus 5 adalah pengepul yang memiliki pemasaran yang luas. Pemasaran yang luas ini diukur berdasarkan jarak pemasaran salak. Pemasaran atau distribusi salak pondoh yang luas biasanya mampu mencapai daerah-daerah yang diluar pulau maupun di luar negeri.

Pengepul yang mampu melakukan pemasaran luas ini biasanya adalah pengepul-pengepul besar. Pengepul-pengepul ini telah memiliki jaringan pemasaran yang cukup luas dan memiliki suplai salak pondoh yang cukup banyak. Keempat informan pengepul yang ada di dalam penelitian ini, keseluruhannya telah mampu mendistribusikan salaknya hingga ke daerah-daerah yang jauh, dan beberapa di antaranya telah mampu mengeksportkan salaknya. Bagi para pengepul yang masuk dalam kategori pemasaran ini biasanya memiliki omset yang lebih tinggi dibandingkan pengepul-pengepul lainnya.

Distribusi yang luas juga memerlukan akses komunikasi yang baik sehingga diperlukan media komunikasi dan informasi yang unggul. Hal ini memberitahukan bahwa pemasaran salak pondoh yang luas telah memanfaatkan ICT di dalamnya.

6) Unit Kasus 6

Unit kasus 6 merupakan para pengepul yang belum mampu memasarkan salak pondoh dengan jangkauan yang luas. Para pengepul ini biasanya masuk dalam kelas pengepul kecil. Hal ini biasanya ditandai oleh rendahnya stok salak yang dimiliki dan jaringan pemasaran yang kecil. Berbeda halnya dengan para pengepul yang mampu mendistribusikan salaknya dengan jangkauan yang luas.

Para pengepul kecil ini memiliki tujuan pemasaran yang tidak jauh dari Desa Wonokerto, bahkan hanya didistribusikan ke pengepul-pengepul besar di Desa Wonokerto. Kurangnya

jaringan pemasaran dalam hal ini sangat mempengaruhi kemampuan para pengepul di dalam melakukan pemasaran sehingga tidak ada tujuan distribusi salak. Hal ini juga akan mempengaruhi omset pendapatannya. Para pengepul-pengepul ini cenderung memiliki omset yang kecil dibandingkan dengan pengepul-pengepul besar.

b. Kondisi Pertanian Salak Pondoh Desa Wonokerto

Salak pondoh menjadi sebuah ciri khas Kabupaten Sleman, khususnya di Desa Wonokerto, Kecamatan Turi. Kecamatan Turi merupakan salah satu kecamatan terbesar penghasil salak pondoh di Kabupaten Sleman, dan Desa Wonokerto merupakan satu dari keempat desa yang ada di kecamatan ini sebagai penghasil salak tertinggi. Pernyataan tersebut dapat menggambarkan bahwa desa ini memiliki penggunaan lahan bidang pertanian berupa pertanian salak pondoh yang sangat luas. Hampir sebagian besar fungsi lahan di daerah ini merupakan kebun salak pondoh sehingga usahatani yang bergerak di Desa Wonokerto adalah usahatani salak pondoh.

Saat itu, harga salak pondoh masih stabil dan cenderung meningkat. Harga salak pondoh terbilang sangat tinggi, hingga menyaingi harga beras pada saat itu. Selain itu, permintaan salak pondoh juga cukup banyak. Dengan kondisi pemasaran salak yang menjanjikan tersebut membuat warga berbondong-bondong mengembangkan salak pondoh sehingga sebagian besar warga memiliki lahan perkebunan salak pondoh. Permintaan yang cukup tinggi tersebut semakin menarik perhatian warga. Akan tetapi, pemasaran yang pada saat itu masih menggebu-gebu belum diiringi dengan pengelolaan pemerintah. Bibit salak pondoh juga menjadi satu produk yang dipasarkan hingga mencapai daerah-daerah lain, seperti beberapa daerah di Sumatera. Pemasaran bibit salak menjadi satu kesalahan yang kini disadari masyarakat. Hal ini membuka peluang persaingan sehingga daerah-daerah yang mengembangkan salak pondoh menjadi pesaing.

Kini pertanian salak pondoh masih menjadi lapangan pekerjaan terbesar di Desa Wonokerto. Hampir sebagian besar, bahkan hampir seluruhnya masyarakat Desa Wonokerto merupakan petani salak pondoh. Meskipun beberapa di antaranya pertanian

salak pondoh menjadi pekerjaan sampingan. Masyarakat Desa Wonokerto masih mengandalkan pertanian salak pondoh tersebut. Meskipun harga salak pondoh yang kini dirasakan sudah tidak stabil dan cenderung menurun menjadi satu kendala bagi para pelaku usahatani salak pondoh, khususnya para petani.

Pertanian salak pondoh di Desa Wonokerto memberikan dorongan yang kuat bagi perekonomian masyarakat di awal tahun 90-an. Akan tetapi, pada akhir tahun ini masyarakat mengeluhkan berbagai kendala dalam pertanian salak dan pemasarannya. Lokasi Desa Wonokerto yang tidak jauh dari Gunungapi Merapi menyebabkan desa tersebut menjadi salah satu lokasi yang terkena dampak erupsi Gunungapi Merapi yang cukup parah. Alhasil, banyak kebun salak yang rusak, irigasi yang tidak berfungsi, serta lahan-lahan pertanian yang tidak mampu difungsikan secara langsung pascaerupsi Gunungapi Merapi. Erupsi yang terjadi di tahun 2010 sangat menjatuhkan para petani, sekaligus para pengepul. Kegiatan usahatani salak dan pemasarannya terhenti karena tidak adanya panen salak. Pemulihan budidaya salak pondoh memerlukan waktu yang cukup lama. Hingga sekarang, petani merasa salak belum sepenuhnya dapat menghasilkan kuantitas dan kualitas salak pondoh sebaik tahun-tahun sebelum terjadinya erupsi Gunungapi Merapi.

c. Usahatani Salak Pondoh

Usahatani merupakan ilmu yang mempelajari tentang cara petani mengelola input atau faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal, teknologi, pupuk, benih, dan pestisida) dengan efektif, efisien, dan kontinu untuk menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan usahatani meningkat (Rahim dan Diah, 2007). Usahatani yang digeluti sebagian besar masyarakat Desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman adalah usahatani salak pondoh.

Pada awalnya, usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto terbentuk atas gotong royong masyarakat. Masyarakat mendirikan usahatani salak pondoh hanya bermodalkan bibit dan tenaga gotong royong warga. Belum terlihat pemakaian jasa buruh dalam hal ini.

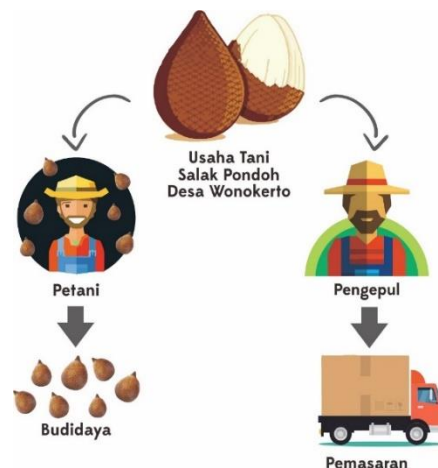
Berdasarkan cara mengusahakannya, usahatani yang ada di Desa Wonokerto menurut uraian Rahim dan Diah (2007) adalah usahatani perseorangan. Usahatani salak pondoh yang ditekuni petani salak pondoh

Desa Wonokerto dikerjakan secara individual, termasuk dalam pemenuhan faktor-faktor produksi. Dari kesepuluh informan petani salak pondoh, semua usahatani merupakan usahatani perseorangan. Tidak ada campur tangan dari pihak lain dalam menjalankan usahatani (budidaya) oleh para petani.

Sedangkan menurut sifat dan coraknya, usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto merupakan usahatani komersil, yakni usahatani yang secara keseluruhan hasil produksinya dijual. Para petani salak pondoh di Desa Wonokerto ini menjual sebagian besar hasil panen salaknya secara langsung kepada pengepul, sementara sebagian kecil hasil panen terkadang dijual ke konsumen (pengecer).

Semua petani salak pondoh yang ada di Desa Wonokerto memiliki sifat yang komersil, hanya saja yang membedakan mereka adalah tujuan pemasarannya. Memang, sebagian besar merujuk pada pengepul yang ada di sekitar mereka. Akan tetapi, beberapa di antaranya bekerjasama dengan mitra lain, seperti Mitra Turindo dan Omah Salak. Sedangkan, pemasaran kepada konsumen secara langsung hanya dilakukan oleh beberapa petani saja. Menurut informan PT06 yang melakukan penjualan langsung kepada konsumen memerlukan waktu dan manajemen lebih. PT06 lebih merekomendasikan penjualan salaknya ke pengepul atau ke Omah Salak meninjau harga dan kemampuan pengepul serta Omah Salak dalam menampung (membeli) salak dalam jumlah yang cukup besar.

Pelaku yang terlibat dalam usahatani salak pondoh adalah petani salak pondoh, pengepul, pengelola paguyuban/asosiasi ekspor, dan pedagang salak pondoh. Petani salak pondoh berperan dalam proses produksi salak pondoh atau yang sering disebut dengan budidaya salak pondoh. Petani berperan besar dalam memberikan kualitas maupun kuantitas salak pondoh. Masyarakat Desa Wonokerto sebagian besar bekerja dalam bidang pertanian, terutama adalah pertanian salak pondoh. Bahkan, hampir sebagian besar masyarakat desa ini berkecimpung di dalam pertanian salak pondoh. Sedangkan, pengepul di dalam pertanian salak pondoh berperan besar di dalam pemasaran salak pondoh.



Gambar 2 Visualisasi Usahatani Salak Pondoh dan Pelakunya di Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Desa Wonokerto memiliki 32 kelompok tani dan KWT yang sebagian besar merupakan pertanian salak. Rata-rata anggota dari kelompok tani dan KWT tersebut merupakan petani salak pondoh. Setiap kelompok tani, masing-masing beranggotakan lebih kurang 30 hingga 50 anggota kelompok tani. Tidak semua masyarakat ikut serta dalam kelompok tani tersebut. Kelompok tani ini hanya sebagai formalitas ketika terdapat sosialisasi maupun penyaluran bantuan pertanian.

d. Produksi Salak Pondoh

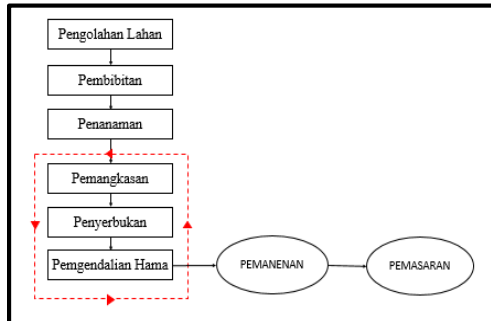
Produksi salak pondoh di Desa Wonokerto terbilang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan hampir sebagian besar penggunaan lahan Desa Wonokerto difungsikan sebagai kebun salak pondoh. Serta, sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani salak pondoh. Dapat dikatakan pula bahwa hampir setiap keluarga di Desa Wonokerto memiliki lahan perkebunan salak yang aktif dibudidayakan.

1) Budidaya Salak Pondoh

Kegiatan budidaya salak, khususnya salak pondoh di Desa Wonokerto diawali dengan kegiatan pengolahan ladang, pembibitan, penanaman, pemupukan, pemangkasan, penyerbukan, dan pengendalian hama. Bagi masyarakat Desa Wonokerto pada saat ini, kegiatan budidaya hanya akan berlangsung mulai pada tahap pemupukan hingga pengendalian hama. Hal ini terjadi karena, pengolahan lahan, pembibitan dan penanaman cukup dilakukan sekali saja pada saat awal budidaya dimulai. Kecuali, jika terjadi kerusakan pada tanaman dan harus diganti dengan tanaman yang baru.

Kegiatan usahatani dibagi menjadi dua kegiatan utama, yakni budidaya dan

pemasaran. Budidaya salak pondoh dilakukan dari tahap pengolahan lahan hingga tahap pemanenan salak itu sendiri. Sedangkan kegiatan pemasaran, dilakukan setelah pemanenan salak telah selesai dilakukan.



Gambar 3 Proses Budidaya dan Pemasaran Salak Pondoh

Sumber: Data Pribadi, 2018

Budidaya yang dilakukan sebagian petani salak pondoh Desa Wonokerto adalah individual. Berarti, petani melakukan budidaya salak pondoh secara pribadi tidak melibatkan mitra lain. Hanya beberapa di antaranya menggunakan jasa buruh tani pada beberapa kegiatan di dalam budidaya. Penggunaan jasa buruh tani juga hanya digunakan oleh petani-petani skala besar. Bagi petani skala kecil, hal tersebut membebankan pada pembayaran upah petani karena perolehan yang tidak seberapa.

Sebagian besar petani di Desa Wonokerto, telah menerapkan pertanian organik, sama seperti yang telah dituturkan oleh beberapa informan di atas (PT01, PT02, PT03, dan PT09). Hal ini juga telah disertifikasi dari dinas pertanian sebagai bukti bahwa pertanian salak pondoh yang dikelola menggunakan pupuk organik dan penanganan hama dengan cara manual tanpa penggunaan pestisida. Penggunaan organik maupun nonorganik akan mempengaruhi hasil produktivitas salak pondoh. Petani merasa bahwa pertanian organik lebih memberikan efek yang positif terhadap kualitas salak pondoh. Dengan menggunakan pupuk organik, salak pondoh memiliki kualitas yang lebih baik dengan cita rasa yang lebih enak, bentuk dan ukuran buah yang bagus, dan ketahanan yang jauh lebih baik dibandingkan dengan menggunakan pupuk kimia.

Sementara itu, dalam hal penanganan hama, sebagian besar petani lebih memilih cara manual tanpa pestisida dikarenakan

lebih menghemat biaya pengeluaran. Petani cukup membuang hama atau tanaman yang telah terinfeksi hama/penyakit, serta lebih menggunakan olahan tradisional seperti pemberian bubuk abu gosok sebagai pengusir hama.

2) Pemasaran Salak Pondoh

Budidaya salak pondoh hingga ke musim panen memerlukan waktu lima hingga tujuh bulan tergantung destinasi pemasaran. Waktu panen diketahui petani secara manual, yaitu dengan mengandalkan kebiasaan atau menandai waktu panen salak di setiap panennya. Hal ini menjadi acuan petani untuk estimasi masa panen setelahnya.

Tingkat kematangan menjadi acuan waktu panen dikarenakan tingkat kematangan menjadi standar di dalam pemasaran. Jika pemasaran yang dituju memiliki jarak destinasi yang cukup jauh, atau bahkan sangat jauh, maka petani akan memetik dalam usia yang cukup muda. Berbeda halnya jika petani memiliki destinasi yang tidak terlalu jauh, maka waktu petik salak memiliki tingkat kematangan yang cukup tua.

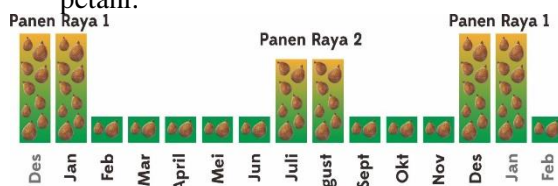
Sebenarnya, pengaruh faktor jarak destinasi lebih dirasakan oleh para pengepul salak. Mengingat, hampir sebagian besar petani salak Desa Wonokerto hanya memiliki destinasi pemasaran ke pengepul. Masih sangat jarang petani langsung mencapai tangan konsumen. Sedangkan, pengepul dapat mencapai tangan konsumen diberbagai daerah bahkan hingga ke luar negeri. Hanya beberapa kelompok tani yang mengikuti program pemasaran ke luar negeri tanpa melalui perantara pengepul. Oleh karena itu, petani akan menyesuaikan dengan permintaan pengepul untuk masa petiknya.

Hal yang mencolok dari masa petik ini adalah tidak selalu setiap musim panen, petani dapat memetik salaknya. Ada saatnya petani tidak memetik salaknya dikarenakan stok salak yang penuh di pengepul. Biasanya petani-petani yang terkendala hal tersebut adalah petani kecil atau petani yang tidak memiliki langganan pengepul.

Panen raya mengakibatkan stok salak pada pengepul sangat tinggi dan menyebabkan harga jual salak menurun sehingga para pengepul membatasi

penerimaan salak dari petani, kecuali bagi petani yang sudah langganan. Selain itu, masa panen raya juga menjadi kendala tersendiri bagi pengepul untuk memasarkan salaknya dikarenakan tidak imbangnya kuota salak yang ada dengan permintaan di pasaran. Sementara itu, salak memiliki daya tahan yang tidak cukup panjang sehingga memberikan peluang kerugian cukup besar pula. Bagi petani kecil, turunnya harga salak tidak dapat mengimbangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk pemanenan sehingga hanya didiamkan saja dan tidak dipetik. Begitupula untuk para petani yang tidak langganan, mereka tidak memiliki kesempatan untuk mendapatkan tempat (pengepul) untuk menjualkan salaknya sehingga salak tidak akan di petik.

Panen raya di Desa Wonokerto rata-rata terjadi pada Bulan Desember hingga Bulan Januari, dapat dilihat pada gambar 4.9. dalam gambar tersebut, terlihat rata-rata musim panen raya yang terjadi di Desa Wonokerto berdasar jawaban dari informan petani.



Gambar 4 Kalender Musim Panen Salak Pondoh Desa Wonokerto berdasar Informan Petani
Sumber: Data Pribadi, 2018

Tabel 1 Kalender Panen Salak Pondoh Desa Wonokerto berdasar Informan Petani

Informan	Musim Panen tiap tahun
PT01	Juni-Juli dan Desember
PT02	Juni-Juli dan November-Januari
PT03	Desember-Januari dan Juli-Agustus
PT04	Desember-Januari
PT05	Desember puncak panen raya
PT06	November-Desember dan Juni
PT07	Desember-Januari (Raya), Mei-Juni (sedang), Agustus-September (sulit)
PT08	Juni-Juli dan Desember
PT09	4 (Desember-Januari: Panen raya; Juni-Juli: Panen raya 2; bulan-bulab biasa)

Sumber: Data Pribadi, 2018

Tabel berikut menunjukkan rata-rata produksi salak pondoh di Desa Wonokerto. Nilai rata-rata produksi tersebut merupakan rata-rata dari akumulasi produksi panen salak yang ada. Nilai ini menunjukkan produksi dari setiap musin panen, kecuali panen raya. Nilai produksi panen raya di Desa Wonokerto diakui oleh semua informan memiliki nilai sebesar dua kali lipat dari panen biasa.

Tabel 2 Produksi Salak Pondoh Tiap Panen Desa Wonokerto

Informan	Rata-Rata Jumlah Produksi salak pondoh tiap panen (kg)
PT01	200
PT02	500
PT03	1000
PT04	10000
PT05	100
PT06	200
PT07	1000
PT08	25
PT09	2000

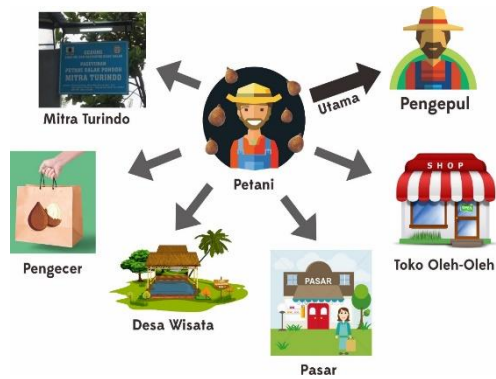
Sumber: Data Pribadi, 2018

e. Pemasaran Salak Pondoh

Pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto secara garis besar dibagi menjadi tiga, yaitu pemasaran lokal, interregional, dan internasional. Untuk pemasaran internasional, di Desa Wonokerto dapat dinaungi oleh Mitra Turindo atau dilakukan secara individual. Sedangkan pemasaran dalam negeri dikelola oleh masing-masing pelaku. Pelaku-pelaku yang terlibat di dalam kegiatan pemasaran salak pondoh Desa Wonokerto di antaranya adalah pengepul/tengkulak, petani, dan pengecer salak pondoh. Akan tetapi, dalam hal ini, kegiatan pemasaran salak pondoh lebih di dominasi oleh para pengepul atau tengkulak salak.

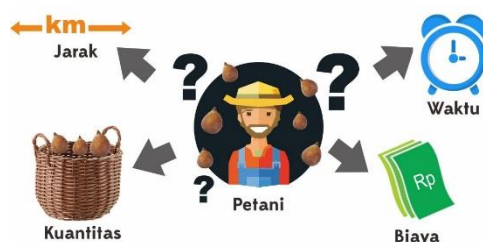
1) Pemasaran Salak Pondoh oleh Petani

Pemasaran salak pondoh yang dilakukan oleh petani termasuk dalam skala pemasaran yang sangat kecil bagi sebagian besar petani. Hampir semua petani salak di Desa Wonokerto masih mengandalkan pemasaran oleh pengepul. Jadi, salak yang mereka panen disetorkan secara keseluruhan ke pengepul. Masih sangat jarang petani mampu melakukan pemasaran secara mandiri atau menjangkau pemasaran salak hingga ke tangan konsumen secara langsung.



Gambar 5 Visualisasi Destinasi Pemasaran Salak Pondoh oleh Petani Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Melihat gambar 5, petani mengutamakan pengepul sebagai destinasi pemasarannya. Sedangkan destinasi lainnya dilakukan oleh beberapa petani dengan alasan tertentu. Destinasi lainnya, berupa Mitra Turindo, pengecer, desa wisata, pasar, dan toko oleh-oleh menjadi tujuan pilihan di saat kondisi-kondisi tertentu.



Gambar 6 Visualisasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran Salak Pondoh oleh Petani Desa Wonokerto
Sumber: data Pribadi, 2018

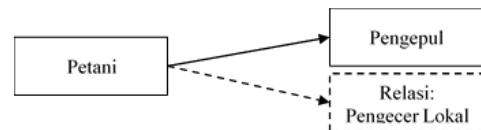
Banyak pertimbangan yang dipikirkan para petani ketika harus memasarkan salaknya ke konsumen. Mengacu pada gambar 4.11, poin utama dari pertimbangan petani di dalam memasarkan salaknya adalah keefisienan, yang terdiri atas jarak, kuantitas, biaya, dan waktu. Salak yang diproduksi oleh petani memiliki jumlah yang sangat banyak. Sedangkan, konsumen tidak mampu membeli keseluruhan jumlah produksi salak yang dimiliki petani. Oleh karena itu, petani memilih memasarkan salaknya langsung ke pengepul yang ada di sekitar rumahnya. Karena, pengepul mampu membeli keseluruhan salak yang diproduksi oleh para petani. Dengan ini, petani mampu menghemat tenaga, waktu, dan biaya.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan petani dibagi menjadi tiga jenis, yaitu langsung ke konsumen, pengepul, dan pemasaran ke luar negeri. Namun, pada umumnya semua petani masih mengandalkan pemasaran ke pengepul sehingga untuk para

petani yang melakukan pemasaran ke konsumen secara langsung maupun melalui Mitra Turindo untuk dipasarkan ke luar negeri tetap membagi jumlah produksinya untuk disetorkan kepada pengepul. Terdapat tiga macam pemasaran yang terjadi, yaitu pemasaran lokal, interregional, dan pemasaran internasional.

a) Lokal

Pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto tingkat lokal merupakan pemasaran salak pondoh yang mampu dilakukan oleh petani dengan mengirimkan/memasarkan salaknya dalam lingkup lokal. Pemasaran tingkat lokal di Desa Wonokerto meliputi pemasaran dari petani ke pengepul saja, atau sebagai *optional* dapat dipasarkan di pasar sekitar. Dalam hal ini, petani tidak melakukan pemasaran hingga destinasi pemasaran di luar Desa Wonokerto. Dari 9 informan petani, terdapat tiga informan yang hanya menjalankan pemasaran lokal, yaitu informan PT05, PT06, dan PT09.

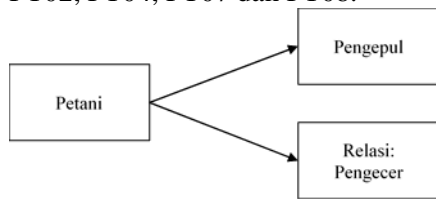


Gambar 7 Ilustrasi Pemasaran Lokal
Sumber: Data Pribadi, 2018

b) Interegional

Pemasaran salak pondoh satu tingkat di atas pemasaran lokal adalah pemasaran interregional. Pemasaran interregional memiliki destinasi pemasaran hingga ke daerah lain dalam cakupan satu Indonesia. Petani-petani ini biasanya memiliki relasi yang cukup banyak sehingga mampu memasarkan salaknya hingga ke daerah lain. Petani-petani ini tetap memiliki pengepul langganannya. Hanya saja, terdapat relasi di luar lingkungannya yang menjadi konsumen salaknya. Dalam hal ini, dapat diketahui bahwa kemampuan petani dalam memperoleh relasi konsumen dapat mempengaruhi kemampuan pemasaran salaknya. Semakin banyak relasi konsumen salak yang dimiliki, maka jangkauan pemasaran salak akan lebih tinggi. Dari sembilan informan petani, terdapat empat informan yang memiliki

pemasaran tingkat interregional, yaitu PT02, PT04, PT07 dan PT08.



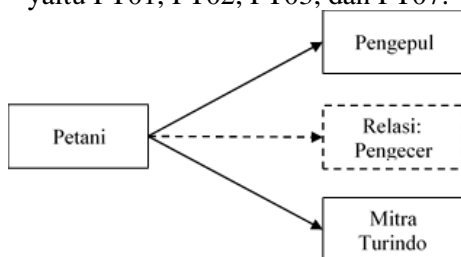
Gambar 8 Ilustrasi Pemasaran Tingkat Interregional

Sumber: Data Pribadi, 2018

c) Internasional

Kemampuan pemasaran paling tinggi adalah pemasaran internasional. Pemasaran ini memiliki jangkauan hingga ke negara-negara lain. Pemasaran salak internasional di Desa Wonokerto dimediasi oleh pihak, yaitu Mitra Turindo atau pengepul yang melaksanakan ekspor tanpa melalui Mitra Turindo. Mitra Turindo dibangun oleh warga Kecamatan Turi untuk memediasi, baik para petani maupun pengepul yang ingin melakukan pemasaran internasional.

Para petani yang melakukan pemasaran internasional atau ekspor ini merupakan petani-petani yang lolos standar ekspor, yaitu petani-petani yang lahan dan salaknya telah distandarisasi oleh pemerintah. Petani-petani ini membudidayakan salak organik. Karena hanya salak jenis ini yang diperbolehkan untuk dipasarkan secara internasional. Selain itu, petani yang mengikuti kegiatan ini diharuskan memenuhi syarat fisik salak yang menyatakan bahwa salak tersebut masih muda, tidak ada cacat fisik dan tidak terdapat serangga. Dari sembilan informan petani salak, terdapat empat petani yang mengikuti program dari Mitra Turindo, yaitu PT01, PT02, PT03, dan PT07.



Gambar 9 Ilustrasi Pemasaran Internasional/ Ekspor

Sumber: Data Pribadi, 2018

2) Pemasaran Salak Pondoh oleh Pengepul

Pengepul merupakan salah satu pelaku pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto. Pengepul memiliki peran yang cukup besar di dalam kegiatan pemasaran salak pondoh. Karena, pengepul inilah yang memiliki jangkauan lebih luas di dalam pemasaran salak pondoh apabila dibandingkan dengan petani. Terdapat dua macam pengepul di Desa Wonokerto, yakni pengepul kecil dan pengepul besar. Hal yang membedakan dari kedua pengepul ini adalah kuantitas salak yang mampu diterima dari petani dan jangkauan pemasaran salak.



Gambar 10 Visualisasi Proses Pemasaran Salak Pondoh Desa Wonokerto

Sumber: Data Pribadi, 2018

Mengacu pada gambar 10, terdapat beberapa tahapan yang perlu dilakukan pengepul sebelum mendistribusikan salaknya. Proses pertama diawali dengan tahap penyetoran panen salak pondoh dari petani. Pada saat itu, pengepul akan menerima keseluruhan salak yang disetorkan oleh petani. Hanya di saat-saat tertentu, pengepul tidak akan menerima keseluruhan salak dari petani, di antaranya adalah petani bukan pelanggan tetap dan penuhnya stok salak di tangan pengepul. Tahap selanjutnya adalah pemilihan kualitas, pengemasan (*packing*), dan yang terakhir adalah pendistribusian salak. Untuk pemilihan kualitas salak, dapat dilihat pada gambar 11.

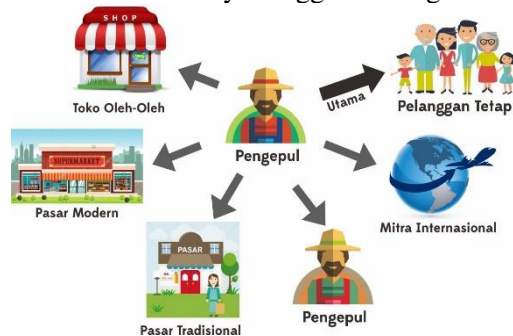


Gambar 11 Visualisasi Pemilihan Kualitas Salak Pondoh oleh Pengepul Desa Wonokerto

Sumber: Data Pribadi, 2018

Pengepul dapat mengendalikan harga pemasaran salak pondoh di dalam pemasaran salak pondoh. Hal ini terjadi karena pengepul

dapat mengakses secara langsung dengan para konsumen sehingga kesepakatan harga akan terjadi pada kegiatan ini. Pemasaran yang dilakukan pengepul tergolong individu, belum ada kerjasama antar pengepul. Akan tetapi, terdapat beberapa pengepul yang bekerjasama dengan Mitra Turindo. Pengepul-pengepul ini merupakan pengepul yang mampu memasarkan salaknya hingga luar negeri.



Gambar 12 Visualisasi Destinasi Pemasaran Salak Pondoh oleh Pengepul Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

Pemasaran salak secara internasional atau ekspor salak ini memiliki alur pemasaran yang cukup panjang. Ada dua macam alur ekspor salak yang terdapat di Desa Wonokerto, yakni melalui Mitra Turindo dan dilakukan secara individual oleh pengepul. Untuk ekspor melalui Mitra Turindo, salak yang disetor ke Mitra Turindo, baik dari petani maupun dari pengepul akan disortir oleh Mitra Turindo. Sedangkan pengeksportan salak yang dilakukan secara individu oleh pengepul, salak disortir oleh pengepul itu sendiri. Namun, yang digarisbawahi dari kedua macam sistem ekspor salak tersebut adalah para petani maupun pengepul harus telah memenuhi persyaratan salak maupun kebun yang telah disertifikasi.

Penipuan menjadi salah satu kendala terbesar yang ditakuti para pengepul dalam pemasaran salak pondoh. Permasalahan ini terjadi karena jarak destinasi pemasaran salak yang cukup jauh dan tidak memungkinkan para pengepul bertemu langsung dengan para konsumen tersebut. Para pengepul yang memiliki pemasaran salak pondoh dengan destinasi yang jauh seperti di luar pulau, rata-rata pernah mengalami penipuan. Mereka mengaku tidak pernah bertemu dengan para konsumen. Hal ini lah yang memunculkan peluang untuk terjadinya penipuan yang dialami para pengepul. Selain penipuan, persaingan salak dari daerah lain juga menjadi tantangan tersendiri bagi para pengepul. Pesaing yang dirasa cukup bersaing adalah

Kabupaten Banjarnegara. Kabupaten Banjarnegara juga memiliki salak pondoh, hanya saja cita rasa yang dimiliki jauh berbeda dengan salak pondoh dari Kabupaten Sleman. Cita rasa yang dimiliki salak pondoh dari Kabupaten Banjarnegara adalah masam dengan ukuran buah yang lebih kecil. Namun, harga yang dipatok lebih murah dibanding salak pondoh Kabupaten Sleman.

Melihat hasil *indepth interview* dari informan pengepul, dapat dilihat rantai pemasaran salak pondoh yang dipasarkannya. Dari keempat informan tersebut didapatkan dua macam rantai pemasaran salak pondoh, yaitu interregional dan campuran. Pembagian rantai pemasaran ini berdasarkan pembagian yang dikemukakan di dalam penelitian Sari (2008), yaitu lokal, interlokal, dan internasional. Akan tetapi, dalam pemasaran salak pondoh di Desa Wonokerto tersebut diubah ke dalam pembagian, lokal, interregional, internasional, dan campuran.

1) Pemasaran Lokal

Pemasaran lokal salak pondoh meliputi pemasaran ke destinasi dalam lingkup Desa Wonokerto, seperti di Pasar Balerante dan sebagainya. Untuk jenis pemasaran ini, masih sangat jarang dilakukan oleh pengepul. Sebagian besar pengepul salak pondoh Desa Wonokerto memilih memasarkan salaknya dengan jangkauan yang lebih jauh lagi. Dari keempat informan, tidak ada yang secara murni melakukan pemasaran lokal, dengan maksud pengepul hanya memasarkan salaknya dalam jangkauan lokal.



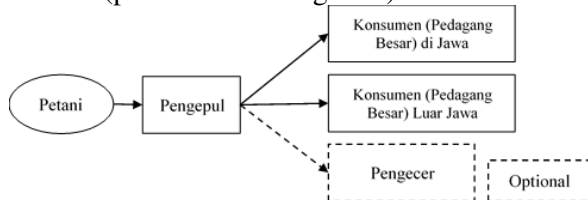
Gambar 13 Ilustrasi Pemasaran Lokal oleh Pengepul Desa Wonokerto
Sumber: Data Pribadi, 2018

2) Pemasaran Interregional

Pemasaran interregional salak pondoh merupakan pemasaran yang mampu menjangkau daerah-daerah di luar Desa Wonokerto, akan tetapi masih dalam lingkup satu Indonesia. Pemasaran ini paling banyak dilakukan oleh para pengepul salak Desa Wonokerto karena didorong oleh permintaan salak yang tinggi pada destinasi tersebut.

Dari keempat informan, semua melakukan pemasaran interregional dengan destinasi yang berbeda-beda. Akan tetapi, hanya ada 3 informan yang secara murni melakukan pemasaran ini, yaitu PG01, PG03, dan PG04. Berikut merupakan diagram rantai pemasaran dari keempat informan.

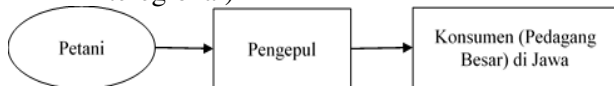
- Rantai pemasaran PG01 dan PG04 (pemasaran interregional)



Gambar 14 Diagram Rantai Pemasaran Informan PG01 dan PG04

Sumber: Data Pribadi, 2018

- Rantai pemasaran PG03 (pemasaran interregional)



Gambar 15 Diagram Rantai Pemasaran Informan PG03

Sumber: Data Pribadi, 2018

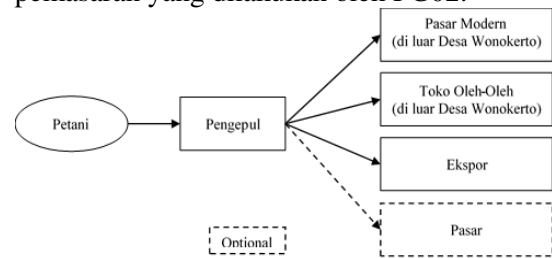
3) Pemasaran Internasional

Pemasaran internasional salak pondoh menjangkau destinasi hingga negara lain. Pemasaran salak pondoh Desa Wonokerto, memang pada dasarnya telah mencapai pemasaran internasional di beberapa negara seperti China dan Kamboja. Sudah ada beberapa pengepul yang ikut andil di dalam pemasaran tersebut. Akan tetapi, hanya terdapat satu informan yang melakukan pemasaran internasional, yaitu PG02. Akan tetapi, PG02 tidak sepenuhnya melakukan pemasaran internasional salak pondoh saja, melainkan masih ada pemasaran-pemasaran dengan jangkauan lainnya. Jadi, dari keempat informan, tidak ada yang melakukan secara murni pemasaran internasional.

4) Pemasaran Campuran

Pemasaran campuran merupakan macam pengembangan dari ketiga macam jenis pemasaran yang diutarakan di dalam penelitian Sari (2008). Pemasaran campuran ini dapat meliputi dari semua macam pemasaran yang ada (pemasaran lokal, interregional, dan internasional). Dari keempat informan, hanya ada satu informan yang melakukan pemasaran campuran, yakni PG02. Informan ini melakukan pemasaran interregional sekaligus pemasaran

internasional. Berikut merupakan rantai pemasaran yang dilakukan oleh PG02.



Gambar 16 Diagram Pemasaran Campuran oleh Pengepul Desa Wonokerto

Sumber: Data Pribadi, 2018

f. Pemanfaatan ICT di Desa Wonokerto

Secara garis besar, pemanfaatan ICT di Desa Wonokerto berupa pemanfaatan media komunikasi, seperti telepon, SMS, whatsapp, dan sebagainya untuk keperluan sehari-hari. Telepon dan SMS menjadi media yang banyak digunakan khalayak umum. Menurut mereka, penggunaan ICT tersebut mempermudah untuk menghubungkan satu orang dengan orang lain, terutama untuk menjaga komunikasi keluarga. Pemanfaatan ICT ini juga telah merambah diberbagai bidang, salah satunya di dalam bidang pertanian salak pondoh. Menurut kedua pelaku pertanian salak pondoh, petani maupun pengepul, ICT memberikan manfaat positif.

1) Pemanfaatan ICT oleh Petani Salak Pondoh Desa Wonokerto

Pemanfaatan ICT di kalangan petani salak pondoh Desa Wonokerto telah banyak dirasakan. Akan tetapi, pemanfaatan ICT seperti dalam hal penggunaan SMS, telepon, dan internet di dalam kegiatan budidaya salak pondoh masih sangat kecil. Pemanfaatan ICT bagi para petani masih seputar kegiatan sehari-hari, hanya sebatas komunikasi dengan keluarga maupun rekan dengan intensitas penggunaan yang bervariasi.

Melihat kondisi di lapangan, tingkat pemanfaatan ICT oleh petani dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah perekonomian dan usia. Semakin tinggi tingkat perekonomian, maka akan semakin tinggi pula peluang orang tersebut memiliki teknologi komunikasi seperti telepon genggam. Sedangkan faktor usia menentukan tingkat melek teknologi pada seseorang.

Hardware penunjang ICT yang digunakan para petani salak pondoh di Desa Wonokerto sebagian besar adalah telepon genggam, baik smartphone maupun non smartphone. Petani salak di Desa

Wonokerto didominasi oleh masyarakat usia 40-60 tahun. Hal ini memberikan variasi pemanfaatan ICT oleh masyarakat tani salak pondoh di Desa Wonokerto, khususnya informan terkait penelitian ini. Berdasarkan hasil indepth interview dari kesembilan informan petani salak pondoh, semua petani memiliki telepon genggam dan telah memanfaatkan ICT di dalam kegiatan sehari-hari. Akan tetapi, pemanfaatan software penunjang ICT dari kesembilan informan tersebut didapatkan hasil yang bervariasi. Banyak faktor pengaruh terhadap pemanfaatan software penunjang ICT oleh masing-masing petani salak pondoh di Desa Wonokerto.

Tabel 3 Jumlah Pengguna *Software* ICT oleh Informan Petani Desa Wonokerto

Media ICT (Software)	Jumlah Pengguna	Keterangan Pengguna
Telepon	8	PT01,PT02, PT03, PT04,PT06, PT07, PT08, PT09
SMS	9	PT01, PT02, PT03, PT04, PT05, PT06, PT07, PT08, PT09
Whatsapp	3	PT06, PT07, PT09
Line	1	PT09
BBM	1	PT07
Instagram	1	PT09
Facebook	1	PT07
Google	2	PT01, PT07

Sumber: Data Pribadi, 2017

Mengingat faktor pengaruh penggunaan ICT oleh para petani, memunculkan intensitas penggunaan yang bervariasi pula. Sebagian besar petani lebih cenderung memanfaatkan ICT untuk komunikasi sehari-hari, seperti dengan keluarga maupun kerabat. Masih jarang ditemukan petani yang memanfaatkan ICT untuk menunjang kegiatan pertanian mereka. Mengingat, budidaya salak pondoh yang dikelola petani Desa Wonokerto masih sangat tradisional sehingga masih sangat jarang terlihat penggunaan ICT oleh para petani untuk menunjang kegiatan tersebut.



Gambar 17 Pemanfaatan ICT oleh Petani Salak Pondoh Desa Wonokerto

Sumber: Data Pribadi, 2018

Melihat gambar 17, penggunaan ICT di dalam kegiatan usahatani salak pondoh di Desa Wonokerto oleh para petani masih tergolong sangat jarang. Kebanyakan pemakaian teknologi informasi dan komunikasi ini diterapkan pada bagian pemasaran salak pondoh. Dalam hal ini terciptalah interaksi antara petani dengan pembeli, baik itu pengepul, pengecer, maupun pihak pengeksport. Akan tetapi, tidak semua petani memanfaatkan ICT di dalam hal ini. Hal-hal yang mempengaruhinya di antaranya adalah jarak. Jarak rumah petani dengan rumah pengepul yang dekat, tidak membutuhkan adanya media komunikasi secara virtual. Oleh karenanya, lebih efisien petani untuk langsung menemui para pengepul tersebut.

2) Pemanfaatan ICT oleh Pengepul Salak Pondoh Desa Wonokerto

Pengepul berperan besar dalam hal pemasaran salak pondoh. Interaksi pemasaran yang tercipta dari pengepul jauh lebih besar dibandingkan tingkat pemasaran dengan petani. Pengepul besar memiliki jangkauan pemasaran yang sangat besar, terlebih pengepul tersebut mengikuti ekspor salak. Dengan jangkauan yang besar, maka interaksi dengan relasi konsumen juga tinggi. Oleh karenanya, pengepul lebih cenderung memiliki pemanfaatan ICT lebih tinggi pula.

Keempat informan pengepul semuanya memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi dalam kegiatan pemasaran salak pondoh mereka. *Hardware* yang digunakan paling banyak adalah *handphone* atau telepon genggam. Sedangkan *software* atau aplikasi yang sering digunakan adalah telepon dan SMS. Dan di antaranya juga terdapat pemakaian *whatsapp*, e-mail, *BBM*, *facebook*, dan *instagram*.

Tabel 4 Informasi Perangkat ICT yang Digunakan oleh Informan Pengepul

Kode Informan	Hardware ICT yang digunakan	Software ICT yang digunakan
PG01	handphone	Telepon, SMS, whatsapp, BBM, Facebook, Instagram
PG02	handphone, laptop	Telepon, SMS, whatsapp, email
PG03	handphone	Telepon, SMS
PG04	handphone, ATM	Telepon, SMS, whatsapp

Sumber: Data Pribadi, 2017

Manfaat ICT di dalam kegiatan pemasaran sangat dirasakan oleh para pengepul. Intensitas pemakaian ICT bagi pengepul lebih tinggi apabila dibandingkan dengan para petani karena tingginya interaksi dengan para konsumen jarak jauh. Pemanfaatan ICT di dalam pertanian salak pondoh oleh pengepul dapat dilihat pada gambar 18.



Gambar 18 Pemanfaatan ICT oleh Pengepul Salak Pondoh Desa Wonokerto

Sumber: Data Pribadi, 2018

Pengepul sangat mengandalkan adanya ICT tersebut. Di dalam kegiatan pemasaran, meningkatkan kepercayaan pelanggan membutuhkan komunikasi yang baik pula. Untuk menciptakan komunikasi yang baik ini, pengepul memerlukan media yang dapat memperpendek jangkauan jarak secara virtual. Mengingat, lokasi para pelanggan terletak di daerah yang cukup jauh dan tidak memungkinkan untuk bertemu secara langsung dan terus-menerus.

Tabel 5 Kegiatan Pengepul yang Memanfaatkan ICT

Kode Informan	Kegiatan yang Memanfaatkan ICT
PG01	Menghubungi pengepul untuk pasok salak Menghubungi konsumen/pelanggan Sering Telepon dengan pembeli (konfirmasi stok salak)

Kode Informan	Kegiatan yang Memanfaatkan ICT
	Email untuk informasi order toko, mengenai kenaikan/ penurunan harga, atau perubahan lain
	Monitoring produk
PG02	Promosi Produk Menjaga komunikasi dengan pelanggan untuk menjaga kepercayaan
PG03	Konfirmasi produk yang dikirim Komunikasi dengan petani dan pemasok lainnya Menghubungi pedagang/ pengepul lain
PG04	Konfirmasi ketersediaan salak di pedagang/ pengepul lain yang akan dibeli Menerima hasil pembayaran dari pelanggan (ATM)

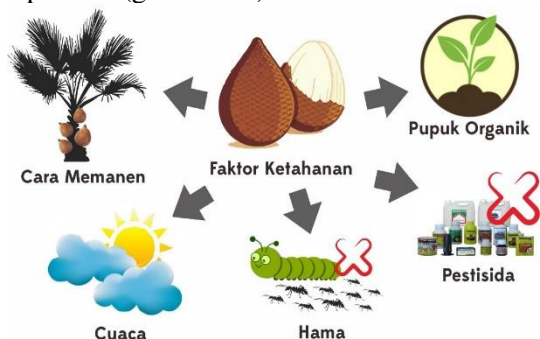
Sumber: Data Pribadi, 2017

g. Efek *Perishability* Salak Pondoh

Perishability effect adalah efek yang mengindikasikan barang-barang, terutama pada jenis buah dan sayuran. Hal ini diindikasikan dengan kesegaran bahan tersebut sebagai label dari bahan makanan yang dapat dikonsumsi (Susanne, 2009). Efek *perishability* mengindikasikan pada tingkat kesegaran atau ketahanan barang-barang tersebut. Dalam hal ini, salak pondoh memiliki tingkat efek *perishability* yang cukup rentan. Masa yang dimiliki salak pondoh untuk menjaga tetap segarsangat singkat. Salak pondoh setelah petik, dalam jangka beberapa hari sudah dapat kehilangan kadar airnya sehingga akan mengering. Setelah proses kehilangan kadar air tersebut, salak pondoh akan mudah busuk. Apabila salak terdapat cacat fisik, seperti tergores saat proses pemetikan akan lebih mempercepat proses pembusukan.

Salak pondoh merupakan jenis salak yang memiliki ketahanan yang paling bagus dibandingkan dengan jenis salak lainnya yang dikembangkan di Desa Wonorejo, seperti salak madu, salak gula pasir, dan sebagainya. Akan tetapi, salak pondoh hanya memiliki waktu beberapa hari setelah masa petik. Dari sembilan informan petani, memaparkan bahwa rata-rata ketahanan salak pondoh setelah petik berkisar 7-21 hari tergantung cara penanganan salak ketika waktu budidaya dan panen salak. Sedangkan masa ketahanan salak pondoh ketika salak masih di pohon berkisar setengah bulan hingga satu setengah bulan. Ada yang mengira salak busuk adalah ketika salak mengering dan ada pula yang mengira salak busuk adalah ketika salak benar-benar busuk

dan tidak dapat dikonsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan salak pondoh, di antaranya adalah penggunaan pupuk organik, tidak menggunakan pestisida, adanya hama, cuaca, dan perlakuan pemanenan salak pondoh (gambar 19).



Gambar 19 Faktor Ketahanan Salak Pondoh
Sumber: Data Pribadi, 2018

Tabel 6 Waktu Ketahanan Salak Pondoh

Informan	Waktu Ketahanan Salak	
	Masih Pohon (Hari)	Setelah Dipetik (Hari)
PT01	14	7
PT02	30	17
PT03	60	14
PT04	30	7
PT05	30	14
PT06	90	7
PT07	30	21
PT08	30	21
PT09	60	15

Sumber: Data Pribadi, 2017

Persentase salak busuk di tiap-tiap petani dapat berbeda-beda tergantung jumlah panen salak yang dimiliki dan penanganan salak ketika budidaya maupun ketika panen salak tersebut. Akan tetapi, petani merasa bahwa salak busuk pada setiap kali panen hanya berjumlah sedikit. Puncak salak busuk terjadi ketika musim panen raya karena pada saat tersebut jumlah salak yang dipanen juga sangat banyak sehingga peluang salak yang busuk juga lebih tinggi dibanding biasanya.

Tabel 7 Produksi Salak Pondoh oleh Informan Petani Desa Wonokerto

Informan	Jumlah Salak Busuk (%)	Produksi Salak Pondoh	
		Musim Panen tiap tahun	Rata-Rata Jumlah Produksi salak pondoh tiap panen (kg)
PT01	0,5	Juni-Juli dan Desember	200
PT02	0,6	Juni-Juli dan November-Januari	500
PT03	0,2	Desember-Januari dan Juli-Agustus	1000
PT04	2	Desember-Januari	10000
PT05	3	Desember puncak panen raya	100
PT06	20	November-Desember dan Juni	200
PT07	0,06	Desember-Januari (Raya), Mei-Juni (sedang), Agustus-September (sulit)	1000
PT08	0,6	Juni-Juli dan Desember	25
PT09	1,375	4 (Desember-Januari: Panen raya; Juni-Juli: Panen raya 2; bulan-bulan biasa)	2000

Sumber: Data Pribadi, 2017

Salak busuk juga terjadi di pihak pengepul. Justru jumlah salak busuk lebih tinggi di pihak pengepul dibandingkan dengan petani. Pasalnya, pengepul menyetok salak dari beberapa petani dengan tingkat usia salak yang lebih matang dibandingkan masa kematangan salak pada petani. Perbedaan usia salak ketika panen oleh petani juga mempengaruhi peluang kebusukan pada pengepul. Pengepul lebih memilih petani yang memanen salak pada usia muda sehingga peluang kebusukan salak akan lebih rendah dan dapat menghindarkan pengepul dari kerugian akibat salak busuk.

1) Strategi Petani dalam Menekan Efek *Perishability* Salak Pondoh

Menurut informan petani, faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan salak pondoh di antaranya adalah penggunaan pupuk dan pestisida, cuaca, keberadaan hama, dan cara pemanenan. Penggunaan pupuk dan pengusir hama secara kimiawi justru berdampak pada tingkat ketahanan salak pondoh yang semakin rendah. Selain itu, rasa yang dimiliki salak pondoh akan berbeda, tidak se enak salak pondoh organik. Oleh karena itu, petani salak pondoh di Desa Wonokerto mengembangkan budidaya salak pondoh

organik dengan menggunakan pupuk organik dan menghilangkan hama secara manual.

Musim penghujan merupakan musim yang dapat memberikan dampak positif sekaligus negatif bagi pertanian salak pondoh. Dengan adanya musim penghujan, ketersediaan air tanah akan meningkat, maka kuantitas panen juga akan meningkat. Akan tetapi, buah salak yang sering terkena air juga akan lebih mudah membusuk. Terkadang, para petani menyiasati hal ini dengan memberikan penutup pada buah salak dari pelepah daun pohon salak. Hal ini dapat meminimalisir buah salak yang terkena air hujan. Pada musim penghujan biasanya akan terjadi puncak panen atau yang sering disebut dengan panen raya. Saat musim ini, tingkat buah salak yang membusuk juga ikut naik.

Keberadaan hama pengganggu tanaman salak pondoh kini jarang dirasakan para petani. Akan tetapi terkadang juga terdapat hama seperti ulat yang dapat membuat buah salak cepat membusuk. Petani biasanya akan memilih cara-cara tradisional atau bahkan mengambil secara langsung hama atau jamur yang ada pada tanaman maupun buah salak. Cara ini dilakukan untuk menghindari pemakaian pestisida sehingga mempengaruhi ketahanan salak pondoh. Selain hama, faktor lainnya adalah cara pemanenan. Cara pemanenan ini sangat berpengaruh pada ketahanan salak pondoh sekaligus harga jual salak tersebut.

Petani perlu melakukan pemanenan secara hati-hati. Karena, buah salak yang tergores golok pada saat pemanenan dapat membuat salak tersebut mudah busuk. Meskipun goresan yang ada pada buah hanya kecil. Selain itu, petani akan lebih menjaga salak agar tetap pada batangnya. Hal ini akan menambah masa ketahanan salak pondoh dengan meminimalisir pengurangan kadar air pada buah salak sehingga salak memiliki kesegaran yang lebih lama. Para pengepul pun akan lebih memilih salak yang masih pada tangkainya karena hal tersebut. Sementara itu, jika salak yang akan dipasarkan dalam pemasaran internasional, salak yang dipilih adalah salak yang tidak ada serangga di sekitarnya, seperti semut. Semut akan melubangi buah sehingga buah dapat mudah busuk.



Gambar 20 Visualisasi Strategi Petani Desa Wonokerto untuk Menghindari Kerugian akibat Efek *Perishability* pada Salak Pondoh
Sumber: Data Pribadi, 2018

Strategi yang dilakukan para petani dalam menghadapi sifat salak pondoh dengan efek perishability-nya tersebut masih seputaran hal-hal yang tradisional (gambar 20). Masih sangat jarang adanya perlakuan modern dalam mempertahankan kesegaran buah salak. Hal ini jauh berbeda dengan perlakuan yang dijelaskan oleh Susanne (2009) bahwa salah satu jalan keluar agar menjaga kesegaran makanan, salah satunya dengan pasteurisasi.

2) Strategi Pengepul dalam Menekan Efek *Perishability* Salak Pondoh

Strategi yang dilakukan oleh pengepul sangatlah berbeda dibandingkan dengan strategi pada petani di dalam menekan efek perishability yang timbul pada salak pondoh. Efek dari perishability salak pondoh lebih dirasakan oleh para pengepul. Hal ini dikarenakan usia salak yang lebih tua ketika sampai di tangan pengepul dan waktu pemasaran yang tidak singkat memberikan peluang terjadinya salak busuk di tangan pengepul. Selain itu, salak yang disetorkan dari petani dapat berbagai macam kondisi, terutama salak yang dipanen pada usia cukup tua akan memiliki tingkat ketahanan yang sangat rendah sehingga mudah terjadinya pembusukan salak di tangan pengepul.

Meninjau Gambar 21, di sisi pengepul, strategi yang muncul dalam menghindari salak busuk adalah menghubungi beberapa pelanggannya untuk konfirmasi stok salak yang ada. Pengepul juga akan segera mungkin mengirimkan stok salak yang dimilikinya. Selain itu, pengepul akan lebih selektif ketika musim panen raya tiba. Pengepul akan membatasi pemasokan salak

dari petani. Hanya petani-petani langganan yang dapat menyetorkan salak kepadanya. Selain itu, petani-petani lainnya hanya diberikan kuantitas setor yang lebih kecil atau bahkan tidak dapat menyeter.



Gambar 21 Visualisasi Strategi Pengepul Desa Wonokerto untuk Menghindari Kerugian akibat Efek *Perishability* pada Salak Pondoh
Sumber: Data Pribadi, 2018

Tabel 8 Kuantitas Salak Busuk di Informan Pengepul Desa Wonokerto

No	Kode Informan	Kuantitas Salak Busuk (kg)
1	PG01	5
2	PG02	10
3	PG03	20
4	PG04	20-30

Sumber: Data Pribadi, 2017

Guna menghindari salak busuk atau menjaga kesegaran salak lebih lama, pengepul meminta petani untuk memetik salak pada usia muda. Karena, pemetikan salak pada usia muda akan memperpanjang masa ketahanan salak, terlebih salak tersebut masih berada pada tangkainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh para pengepul yang memiliki destinasi jarak jauh, terutama bagi pemasaran internasional. Cara ini digunakan semua pengepul guna menghindari salak busuk sebelum sampai ke tangan pelanggan.

Masih sangat sedikit inovasi-inovasi modern terkait menjaga kesegaran pada buah salak. Para petani maupun pengepul lebih memilih cara-cara tradisional guna menghindari salak busuk tersebut. Selain tidak membutuhkan modal yang banyak, cara-cara tersebut juga tidak memerlukan tenaga ekstra serta keahlian khusus untuk pengolahannya. Jadi, para petani dan pengepul masih jarang yang menuju pengolahan salak pondoh agar memperkecil efek *perishability* pada salak pondoh.

3) Peran *Information and Communication Technology* (ICT) dalam Menekan Efek *Perishability* Salak Pondoh

Perishability effect atau efek ketahanan yang dimiliki buah salak memang menjadi kendala tersendiri, baik bagi petani maupun pengepul. Hal ini memberikan peluang kerugian di dalam usahatani salak pondoh. Sejauh ini strategi yang dibangun oleh petani dan pengepul dalam menekan dampak dari efek *perishability* pada salak pondoh masih didominasi oleh hal-hal tradisional. Hanya pada beberapa hal saja yang telah memanfaatkan ICT di dalamnya.

Pemanfaatan ICT di dalam menghindari kerugian akibat salak busuk oleh petani diwujudkan dengan memanfaatkan telepon/SMS/WA untuk menghubungi pengepul maupun konsumen lainnya. Karena, dalam kondisi seperti ini petani memerlukan sesuatu yang mampu menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Waktu menjadi prioritas utama di dalam mencegah salak busuk tersebut. Karena, hanya dalam hitungan hari salak dapat segera busuk. Oleh karena itu, dibutuhkan teknologi yang mampu memperkecil jarak dan waktu, yakni ICT.

Kebanyakan dari petani menggunakan *software* ICT berupa telepon, SMS, dan WA untuk menghubungi pengepul maupun konsumen lainnya. Dengan menggunakan teknologi tersebut, petani dapat ‘mempersingkat’ waktu untuk menyegerakan menjual salaknya sebelum salak tersebut membusuk. Biasanya para petani akan menelepon pengepul untuk mengkonfirmasi ketersediaan pengepul dalam menerima pasokan salak dari petani, atau dapat pula petani menunggu konfirmasi dari pengepul untuk memetik salak. Karena, daya tahan salak ketika masih di pohon lebih tinggi dibandingkan salak yang telah dipetik. Dengan ini, para petani meyakini bahwa salak akan lebih awet dan tentunya peluang rugi menjadi lebih kecil.

Pada saat panen raya tiba, kuantitas produksi salak pondoh menjadi meningkat sangat jauh. Terkadang, petani tidak dapat menyeter seluruh hasil panennya ke satu pengepul. Oleh karena itu, petani akan mencari-cari pengepul atau konsumen lain yang mau membeli salaknya. Untuk mempermudah kegiatan tersebut, beberapa petani memanfaatkan ICT agar waktu, jarak, dan tenaga dapat diperkecil. Dalam hal ini terjadi penawaran salak oleh para petani ke beberapa pengepul lain maupun pengecer. Hal ini dilakukan agar tidak ada salak sisa.

Para petani maupun pengepul terbatas dalam hal waktu. Karena salak pondoh hanya memiliki waktu yang cukup singkat untuk bertahan hingga busuk. Salak pondoh setelah petik akan menurun kadar airnya sehingga akan segera mengering. Apabila kondisi fisik salak pondoh baik, tidak terdapat cacat seperti goresan maupun lubang, salak pondoh memiliki waktu cukup panjang untuk terhindar dari kebusukan. Atas dasar inilah, kegiatan usaha pemasaran petani maupun pengepul akan semakin meningkat. Bagi pengepul sendiri, sangat diperlukannya ICT.

Sebagian besar pengepul lebih memilih menggunakan HP sebagai bentuk *hardware* dari ICT dengan aplikasi-aplikasi seperti telepon, SMS, dan WA sebagai bentuk *software* yang menunjang terjalannya komunikasi. Untuk menghindari kebusukan salak, para pengepul mengejar waktu agar salak dapat segera dipasarkan dengan cara memanfaatkan ICT tersebut. Para pengepul akan menghubungi para pelanggannya atau pelanggan cadangan agar salaknya segera dibeli. Kegiatan seperti ini akan nampak jelas ketika musim raya tiba yang merupakan puncak kebusukan salak tertinggi di setiap musim panennya.

Di lain sisi, para pengepul memang sudah memanfaatkan ICT semenjak pada kegiatan pemasaran hingga mengantisipasi salak busuk tersebut. Permasalahan salak busuk bagi para pengepul lebih dipertimbangkan karena hal ini memberikan kerugian yang cukup besar. Waktu menjadi tantangan tersendiri bagi para pengepul. Dalam pemasaran salak pondoh, pengepul memiliki jangkauan pemasaran jauh lebih luas dibandingkan para petani. Oleh karenanya, jarak dan waktu menjadi pertimbangan yang cukup memberatkan bagi para pengepul. Terlebih, desakan waktu ketahanan yang dimiliki salak pondoh cukup pendek sehingga mendorong para pengepul untuk menyegerakan pemasaran salak.

Oleh karena itu, perlu adanya pemanfaatan ICT bagi pengepul untuk menghubungkan komunikasi dengan para pelanggan, melakukan monitoring salak selama pengiriman dan ketika sampai di destinasi, dan mengetahui informasi pemasaran. Terutama di saat musim panen raya, mempercepat komunikasi untuk konfirmasi pemasaran salak dengan para pelanggan agar salak tidak busuk sebelum dijual. Jadi, dalam hal ini pemanfaatan ICT belum terlihat jelas

dampaknya untuk meminimalisir salak busuk akibat efek *perishability* yang dimiliki salak pondoh.

h. Before-After Pemanfaatan Information and Technology Information (ICT) di Dalam Usahatani Salak Pondoh

Usahatani salak pondoh yang dilakukan, baik pelaku petani maupun pengepul di Desa Wonokerto masih menggunakan cara yang dilakukan secara turun-temurun. Pemanfaatan ICT di dalamnya masih belum memberikan pengaruh yang cukup signifikan. Pemanfaatan ICT di bidang ini masih terbatas dalam hal komunikasi antar pelaku, baik mengenai hal kegiatan budidaya maupun pemasaran. Kegiatan yang lebih menerapkan ICT di dalamnya adalah kegiatan pemasaran, karena dalam kegiatan ini terjalannya komunikasi yang lebih banyak dan membutuhkan media yang mampu menjembatani.

Hadirnya ICT di dalam kegiatan usahatani salak pondoh Desa Wonokerto juga memberikan beberapa pengaruh bagi petani maupun pengepul. Meskipun, bukan dalam hal menaikkan pendapatan maupun mencegah adanya salak busuk secara signifikan. Namun, memberikan kemudahan untuk petani maupun pengepul di dalam menjalin komunikasi dan bertukar informasi antar pelaku-pelaku tersebut di dalam kegiatan usahatani salak.

Para petani merasakan manfaat dari ICT berupa percepatan di dalam penyampaian informasi dan komunikasi. Sebelum adanya ICT, kegiatan usahatani di dalam penyampaian informasi pertanian maupun komunikasi petani dengan pelaku lainnya masih sangat terhambat. Dibutuhkannya tenaga, waktu, dan uang lebih untuk menyampaikan maupun mendapatkan informasi tersebut. Contohnya, kegiatan kumpul kelompok pertanian, mencari harga pasaran salak pondoh, menanyakan kepastian pemetikan salak oleh pengepul dan sebagainya. Setelah hadirnya ICT tersebut, para petani cukup memanfaatkan *hardware* maupun *software* ICT untuk menyampaikan atau mendapatkan informasi maupun berkomunikasi dengan para pelaku lainnya.

Hal ini juga dirasakan oleh para pengepul. Terlebih, para pengepul memiliki tingkat interaksi dengan pelaku lainnya yang lebih tinggi dibandingkan petani. Kegiatan pemasaran memerlukan komunikasi yang baik dan intens. Sebelum adanya ICT, para pengepul hanya mengandalkan sistem kepercayaan dan belum

berani melakukan pemasaran jarak jauh karena terkendala jarak. Akan tetapi, setelah hadirnya ICT, kegiatan komunikasi pemasaran salak pondoh oleh pengepul dapat lebih mudah. Hal ini juga dapat memperkecil peluang adanya penipuan.

KESIMPULAN

1. Siklus produksi salak pondoh merupakan kegiatan yang dikuasai oleh para petani salak pondoh. Kegiatan di dalam siklus produksi tersebut, petani salak pondoh Desa Wonokerto masih sangat jarang dalam memanfaatkan *Information and Communication Technology* (ICT). Pemanfaatan ICT di dalam siklus tersebut hanya berkisar dalam memudahkan komunikasi ketika memanggil buruh, pembelian pupuk, dan sebagian kecil untuk mengetahui informasi mengenai salak pondoh. Terlepas dari siklus produksi, ICT lebih sering digunakan di dalam siklus pemasaran salak pondoh, baik oleh para petani maupun pengepul salak pondoh Desa Wonokerto. ICT di dalam kegiatan pemasaran bermanfaat sebagai media penghubung komunikasi antara petani dengan pengepul atau pengecer, dan pengepul dengan para pelanggan. Pemanfaatan ICT lebih dirasakan oleh pengepul. Hal ini didasari oleh kegiatan pengepul yang membutuhkan media untuk mendekatkan jarak secara virtual sehingga mampu menghubungkan komunikasi bersama konsumen dengan mudah dan efisien. ICT yang sering digunakan di dalam usahatani salak pondoh adalah *handphone* dengan aplikasi berupa telepon, SMS, dan *whatsapp*.
2. Pemanfaatan *Information and Communication Technology* (ICT) guna menekan kebusukan pada salak pondoh akibat efek perishability yang dimilikinya belum terlihat jelas. Kebusukan salak pondoh dapat terjadi pada kedua siklus usahatani (siklus produksi dan pemasaran) akan tetapi, kebusukan salak pondoh dominan terjadi dan memberikan dampak yang kuat pada siklus pemasaran, yang artinya lebih berdampak di pihak para pengepul. Hal ini ditenggarai usia salak yang menua di tangan para pengepul. Bagi para petani, kebusukan salak tidak memberikan dampak negatif yang begitu mempengaruhi para petani. Berhubungan dengan pemanfaatan ICT di dunia usahatani,

hingga saat ini pemanfaatan ICT di dalam mencegah kebusukan salak di tangan petani maupun pengepul hanya sebatas mempercepat pemasaran salak pondoh saja. Mempercepat komunikasi petani/pengepul dengan pelanggan salak pondoh dapat menekan tingkat kebusukan. Sejauh ini, strategi untuk memperkuat ketahanan salak pondoh masih berkuat pada cara-cara lama/konvensional, seperti tidak menggunakan pupuk kimia dan pestisida, pemanenan pada usia muda, berhati-hati di dalam penenan untuk menjaga kondisi fisik salak, salak dibiarkan ada pada tangkainya saat pemanenan, dan menjaga buah salak agar tidak terlalu sering terkena air di saat musim hujan

SARAN

1. Penelitian mengenai pemanfaatan ICT guna menekan efek perishability pada salak pondoh perlu dikembangkan lebih mendalam mengenai pemanfaatan ICT di setiap siklus dan pelaku usahatani salak pondoh, mulai dari awal kegiatan budidaya hingga pemasaran dan salak membusuk di suatu pihak.
2. Penelitian ini akan lebih menarik apabila telah hadirnya inovasi-inovasi terbaru, khususnya kegiatan usahatani salak pondoh Desa Wonokerto berbasis ICT, baik di dalam kegiatan budidaya maupun pemasaran, serta inovasi lainnya di dalam menghindari kerugian akibat salak busuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2015. *Statistik Daerah Kecamatan Turi*. Kabupaten Sleman.
- Duriyat, Didi. 2011. *Pendapatan Usahatani Durian terhadap Pendapatan Rumah Tangga Tani di Desa Banjaroyo, Kecamatan Kalibawang, kabupaten Kulonprogo*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Food and Agriculture Organization. 2012. *ICT and Agriculture in The Context of green Growth. The World Bank's ICT in Agriculture e-Sourcebook 2011*.
- Food and Agriculture Organization. 2015. *Implementation of the World Summit on Information Society (WSIS). E-Agriculture Strategy 10 Years Review*.

- Kauffman and Kumar. 2008. Impact of Information and Communication Technologies on Country Development: Accounting for Area Interrelationships. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 13, No. 1 (Fall, 2008), pp. 11-58.
- Kuncoro, Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Erlangga. Jakarta.
- Lingga, Sriulina Shinta. 2014. *Rantai Distribusi Kopi dalam Peningkatan Kesejahteraan Petani Kopi di Kabupaten Dairi*. Skripsi. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Mukhyi, Mohammad Abdul. 2007. *Analisis Peranan Subsektor Pertanian dan Sektor Unggulan terhadap Pembangunan Kawasan Ekonomi Propinsi Jawa Barat: Pendekatan Analisis IRIO*. Universitas Gunadarma. Depok.
- O'Kelly, M. E. 2004. Isard's Contributions to Spatial Interaction Modeling. *Journal of Geographical Systems*.
- Pemerintah Desa Wonokerto. 2014. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Tahun 2016 – 2020*. Kabupaten Sleman.
- Rachmawati, Rini. 2014. *Pengembangan Perkotaan dalam Era Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Gadjah Mada University Press.
- Rachmawati, Rini dan Rijanta. 2012. *Population Mobility and Urban Spatial Structure: Does the Use of Information and Communication Technology Matter?*. Fakultas Geografi. Universitas Gadjah Mada..
- Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti. 2007. *Pengantar, Teori, dan Kasus Ekonomika Pertanian*. Penebar Swadaya. Depok.
- Rangkuti, Parlaungan Adil. 2009. Strategi Komunikasi Membangun Kemandirian Pangan. *Jurnal Litbang Pertanian*, 28(2), 2009. Institut Pertanian Bogor.
- Saragih, Pembrimen R.h. 2015. *Penyediaan Ruang Publik Taman Kota Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Mendukung Jakarta Smart City di Taman Menteng, Jakarta Pusat*. Skripsi Universitas Gadjah Mada.
- Sari, Oktafianti Kumara. 2008. *Studi Budidaya dan Penanganan Pasca Panen Salak Pondoh (Salacca zalacca Gaertner Voss.) di Wilayah Kabupaten Sleman*. Skripsi. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Siagian, Yolanda M. 2005. *Aplikasi Suply Chain Management dalam Dunia Bisnis*. Grasindo. Jakarta.
- Susanne, Freidberg. 2009. *Fresh A Perishable*. London, England: Belknap Press Harvard University.
- USAID. *Using ICT to Increase The Success of Usaid/Indonesia's Agriculture Sector Programs 2010*. United States Government.
- Vries et al. 2000. Alonso's Theory of Movements: Developments in Spatial Interaction Modelling. *Jurnal of Geographical Systems. J Geograph Syst* (2001) 3:233-256
- Yuwono, Triwibowo, dkk. 2011. *Pembangunan Pertanian: Membangun Kedaulatan Pangan*. UGM Press

